

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa:

1. Semakin baik bauran promosi, berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah konsumen pada PT.Pegadaian (Pesero) Cabang Gorontalo Selatan.
2. Tanggapan responden mengenai bauran promositerhadap peningkatan jumlah konsumen berada pada kategori sangat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan jumlah konsumen yang baik di PT.Pegadaian Cabang Gorontalo Selatan dipengaruhi oleh Bauran Promosi yang dilakukan oleh PT.Pegadaian Cabang Gorontalo Selatan.
3. Koefisien determinasi antara bauran promosi dan peningkatan jumlah konsumen dalam penelitian ini cukup baik yakni sebesar 40,5%, hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas mampu mempengaruhi variabel terikat dalam penelitian ini. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

1.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan bahwa bauran promosi yang baik, maka peningkatan jumlah konsumen baik. Pada perusahaan PT.Pegadaian Cabang Gorontalo Selatan ditemukan bahwa bauran promosi yang dilakukan sangat baik dan peningkatan jumlah konsumen pun sangat baik, namun beberapa hal perlu diperhatikan. Untuk itu saran yang ditawarkan oleh peneliti meliputi:

1. Sebaiknya PT.Pegadaian Cabang Gorontalo Selatan melakukan promosi melalui iklan agar para konsumen dan calon konsumen mengetahui produk dan layanan jasa pada PT. Pegadaian Cabang Gorontalo Selatan.
2. Sebaiknya PT.Pegadaian Cabang Gorontalo Selatan melakukan evaluasi mengenai promosi demi meningkatkan jumlah konsumen.
3. PT.Pegadaian Cabang Gorontalo Selatan sebaiknya melakukan evaluasi terhadap promosi yang dilakukan selama ini dan meningkatkan kualitas layanan dari PT Pegadain Cabang Gorontalo Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amen Wahyudi (2008), *Analisis Penyaluran Kredit Perum Pegadaian Di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (Periode 2002 – 2006)*.
- Djaslim, Saladin 2003, *Manajemen Pemasaran*, Bandung, Penerbit Lindakarya
- Djaslim, Saladin, 2001, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Penerbit : Lindakarya, Bandung
- Febriyanto Jusuf . 2011 *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Motor di PT. Sinar Galesong Pratama Kota Gorontalo*.
- James F. Engel & Roger D. Blackwell & Paaul W. Miniard. *Perilaku Konsumen* edisi keenam jilid 1. Binapura Aksara, P.O. Box 6, Grogol Jakarta Barat, Indonesia.
- John C Mowen / Michael Minor. 2002, *Perilaku Konsumen*, edisi kelima jilid 1. penerbit erlangga jln, H. baping raya No. 100 Ciracas, Jakarta 13740.
- Kasmir, s. E., mm. *Manajemen perbankan* edisi revisi 2008 ed. Revisi -10-jakarta ; rajawali pers ,2011
- Kotler & Gary Amstrong. 2001, *Prinsip- prinsip Pemasaran* , edisi kedelapan jilid 2. Penerbit erlangga : Jakarta 2001
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta. PT. Indeks. ,
- Radiosuno, 1993, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis*. Yogyakarta : penerbit BPFE
- Radiosunu 1993 :3 dalam skripsi Febriyanto Yusuf, 2011 *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Motor di PT. Sinar Galesong Pratama Kota Gorontalo*.

Siagian, Sondang, 2001. *Manajemen stratejik*, PT Bumi Aksara, Jl sawo raya no 18 jakarta 13220

Tjipoto, Fandy, 2001. *Stratrgi Pemasaran*. Edisi pertama. Andi

Ramlan A. Isa (2002), *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Pada Pegadaian Gorontalo Selatan*.

Vesia Kriskaritta Novena (2013), *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Kunjungan Konsumen Pariwisata*.

(<http://tommysyatriadi.blogspot.com/2013/04/cara-tepat-tingkatkan-jumlah-pelanggan.html>)

(<http://www.bumn.go.id/pegadaian/en/tentang-kami/product/>)